

MESURER LA SATISFACTION CLIENT >>

La formation Mesurer la satisfaction client accompagne les entreprises dans l'intégration de la voix du client au cœur de leur stratégie. Elle permet de définir les critères et outils de mesure adaptés, d'analyser et exploiter les résultats, puis de présenter les conclusions pour mettre en place des plans d'action efficaces et durables.

Objectif pédagogique :

Intégrer la satisfaction client au cœur de l'entreprise, définir les éléments et critères de mesure, analyser et exploiter les résultats, puis présenter ces résultats et déployer les plans d'actions adaptés.

Programme détaillé

Comprendre la notion de satisfaction client

Définition de la satisfaction et de la fidélité, fonctionnement du cycle de vie client (qualité-satisfaction-fidélisation) et enjeux pour l'entreprise et les salariés. Présentation des prérequis, modes d'animation, facteurs clés de succès, et analyse des sources de satisfaction et d'insatisfaction. Introduction de la notion d'attachement et des déterminants de la fidélité, avec un exercice de carte mentale.

Mesurer la satisfaction

Détermination du bon moment pour mesurer (timing, fréquence, saisonnalité), choix des cibles à interroger (BtoB, BtoC) et du mode de recueil (face-à-face, téléphone, postal, Internet). Sélection d'un échantillon représentatif et construction d'un questionnaire (échelles, ordre, formulation). Exercice de rédaction d'un questionnaire de satisfaction.

Mettre en œuvre des enquêtes

Test et optimisation du questionnaire, briefing des enquêteurs sur les consignes et erreurs à éviter, puis suivi opérationnel du déroulement de l'enquête. Mise en situation pour transmettre des consignes et débriefing collectif.

Exploiter les résultats de l'étude

Traitements des questions ouvertes (codification, analyse sémantique) et choix des analyses quantitatives et des indicateurs. Sélection de l'angle d'analyse (global, par cible, marché, service, avec données financières) et présentation des résultats (graphiques, mappings). Identification des points critiques, définition des axes d'amélioration et mise en place d'actions correctives. Exercice d'analyse et d'exploitation des questionnaires.

DURÉE:2 jours- 14 heures

Public concerné et pré-requis

Responsables qualité, responsables services clients, responsables études, responsables marketing ou commercial.

Cette formation ne nécessite pas de posséder de prérequis en amont, aucune connaissance particulière.

Modalité de réalisation

INTRA : Dans vos locaux, selon vos disponibilités
INTER : Nous consulter

Délais & modalités d'accès

Au plus tard 15 jours avant la date de début de la formation

Participants

Jusqu'à 8 personnes

Méthodes pédagogiques

Formation participative, apports théoriques, échanges, Partage d'expériences, exercices d'application avec vidéos, mises en situation adaptés à l'activité des participants.

Modalités evaluations et de suivi

Mises en situation, QCM sur les principales notions abordées en fin de stage, Appréciation en continu pendant les mises en situation, Mise en pratique complète et individuelle en fin de stage, Formulaires d'évaluation de la formation, Feuilles de présence, Attestation de réussite

Support remis

Livret de formation, Fiches pratiques, Modèles de protocoles, Attestation de formation